

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ  
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО  
ДЕПАРТАМЕНТ МАРКЕТИНГУ МІСТА ТА ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ  
МІСЬКОЇ РАДИ**



## **ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-  
КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ  
ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ»***

**17 жовтня 2024 року**

**Вінниця – 2024**

# ЗМІСТ

---

## ТЕНДЕНЦІЇ ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

**Антонюк Катерина**

доктор філософії з економіки, доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**ПОРІВНЯННЯ СТРАТЕГІЙ ПРОСУВАННЯ**

**ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ**

**ЛОКАЛЬНОЇ КУХНІ В РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ.....11**

**Вівсюк Ірина**

доктор філософії з економіки, старший викладач

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**ДИЗАЙНЕРСЬКЕ РІШЕННЯ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ**

**ГОСТИННОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ**

**ФОРМУВАННЯ ЇХ ІМІДЖУ.....18**

**Волинець Олег**

здобувач освітнього ступеня «магістр»

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ**

**СЕРВІСНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ**

**ПІДПРИЄМСТВ.....23**

**Грабовська Богдана**

здобувач освітнього ступеня «магістр»

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

**РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА**

**ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ВИДІВ**

**ПОСЛУГ.....31**

**Кізюн Алла**

кандидат географічних наук, доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**ЯКІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЯК ФАКТОР**

**ФОРМУВАННЯ ПОПУЛЯРНОСТІ**

**ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ.....37**

3. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. № 155, 20. С. 40-43.

4. Крикунова В. М., Морозова О. С., Морозов О. В. Сутність та напрями розвитку кулінарного туризму в Україні та країнах світу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Випуск 34. С. 122-127.

5. Нестерчук І. К. Оцінка та основні етапи формування туристично-рекреаційного та гастрономічного потенціалів регіону в контексті розвитку гастрономічного туризму. *Географія та туризм*. 2019. Вип. 52. С. 33-44.

6. Постова В.В. Локальна кухня: сучасний тренд у ресторанному бізнесі. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. С. 84-86.

7. Уліганець С., Батиченко С., Мельник Л., Сологуб Ю. Особливості розвитку гастрономічного туризму: зарубіжний досвід. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2021. № 1/2 (78/79). С. 48-52.

**УДК 7.05:640.4(045)**

**Вівсюк Ірина, д-р філос. з екон.**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9170-0886>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## **ДИЗАЙНЕРСЬКЕ РІШЕННЯ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ**

### **ГОСТИННОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЇХ ІМІДЖУ**

*У даній статті досліджується питання впливу концепції та дизайнерського рішення на формування іміджу та позиціювання на ринку. В динамічних умовах зовнішнього середовища для успішної та конкурентоздатної діяльності заклади готельно-ресторанного бізнесу мають вирізнятися не лише якісним наданням послуг та високим сервісом, а й створенням затишної атмосфери. Створення*

*комфорту та затишної атмосфери, як складової гостинності, можливо за допомогою формування унікальної концепції, що виражається в дизайнерському рішенні, позитивного іміджу та власного бренду.*

**Ключові слова:** *готель, ресторан, імідж, дизайн, бізнес.*

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації та дестабілізуючих зовнішніх чинників на ефективне функціонування підприємств індустрії гостинності керівники вимучені шукати нові інструменти підвищення конкурентоздатності на ринку. Споживач потребує не лише високого рівня сервісу, а й атмосфери комфорту та затишку, що можливе за допомогою втілення унікального дизайнерського рішення в екстер'єр та інтер'єр.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У своїх працях науковці Кір'ян О. І., Лук'янець А. В. та Постова В. В. досліджували процеси формування іміджу підприємств, зокрема й в індустрії готельно-ресторанного бізнесу. Натомість науковці Владимир О., Клевцов Є. Г., Коренець Ю. М., Малюта Л., Мендела Є. М. та Рудан В. розглядають роль та місце дизайну в успішній діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. Швець В. В., Мазуркевич І. О. та Лук'янець А. В. у своїй статті досліджують питання щодо ролі архітектури будівель як чинника формування іміджу готельного підприємства, проте питання впливу дизайнерського рішення закладів готельно-ресторанного бізнесу як інструменту формування їх іміджу залишається відкритим.

**Мета статті.** Метою даної статті є визначення ролі та впливу концепції дизайнерського рішення на формування іміджу підприємств готельно-ресторанної індустрії для успішної діяльності в конкурентному середовищі.

**Виклад основного матеріалу.** Активний розвиток інформаційного простору робить актуальним процес постійного розвитку та підтримки високого рівня іміджу організації в очах всіх учасників соціально-трудових відносин. Саме імідж здійснює важливий вплив на привабливість організації в їх очах та прийняття подальшого рішення щодо взаємодії або відторгнення. Це в свою чергу впливає на прибутковість та стабільність функціонування організації [1].

Концепція закладів готельно-ресторанного господарства виражається не лише в меню, подачі страв та напоїв, а й у виборі дизайнерського рішення, його втілення та взаємозв'язок із задумом.

Імідж закладу готельно-ресторанного господарства не повинен втрачати своєї актуальності і в кінцевому підсумку перестане бути іміджем як таким. Якщо заклад готельно-ресторанного господарства не хоче втрачати свої позиції на ринку, то його рейтинг повинен постійно підтримуватися, а стиль – оновлюватися, хоча б навіть у введенні незначних елементів новизни, що дають змогу закладу завжди залишатися «свіжим», оригінальним і незабутнім [5].

Імідж організації в сучасному світі — це її не матеріальний актив, що суттєво впливає на матеріальні – прибуток, кадрову та ресурсну базу. Тому важливо використовувати його для отримання кращих результатів без додаткових матеріальних витрат [1].

Науковці Постова В. В. та Лук'янець А. В. виокремлюють та розділяють фактори, що впливають на формування сприятливого іміджу підприємств сфери обслуговування, на 4 групи:

- фактори, що характеризують підприємство;
- фактори, що характеризують послугу;
- фактори, що характеризують обслуговування клієнтів;
- фактори, що характеризують маркетинг [5].

Також, Постова В. В. та Лук'янець А. В. підкреслюють, що фактори II-ї групи відображають параметри послуги розміщення. До факторів іміджу послуг готельно-ресторанного підприємства відносяться: ціна послуги; клас послуг; структура і стан номерного фонду; кількість торговельних приміщень закладів ресторанного господарства; якість інженерно-технічного забезпечення послуги; якість господарського забезпечення послуги; безпека послуги [5].

Таким чином, імідж підприємств готельно-ресторанного господарства відіграє одну з ключових ролей для конкурентоздатної діяльності, що може бути досягнуто як за рахунок якісного обслуговування та маркетингової політики, так і створенням унікального дизайну в закладі.

На економічному рівні, інтеграція дизайну в готельно-ресторанний бізнес може сприяти зростанню туризму та, як наслідок, підвищенню доходів місцевих громад, що особливо важливо для регіонів, де туризм є ключовою частиною економіки. Крім того, це створює робочі місця та відкриває нові можливості для місцевих митців та дизайнерів. Інтеграція дизайну також сприяє культурному обміну та збагаченню [3].

Архітектура готелю надзвичайно важлива для його роботи, бо у сучасному світі в епоху науково-технічного прогресу і розквіту нових технологій, в період економічної інтеграції та глобалізації відбувається бурхливий розвиток туристичного та готельного бізнесу, тому, і не дивно, що вимоги до готелів значно зростають. На сьогодні, існує величезна конкуренція серед готелів, тому і чимось звичайним та непримітним привернути увагу споживачів не можливо, тому саме виразний зовнішній вигляд стає вирішальним фактором, при формуванні першого враження [6].

Дуже важливо мати в готелі єдиний стиль – гармонійно поєднувати навколишню територію, екстер'єр (фасад) та інтер'єр. Це стосується не тільки номерів, а й місць загального користування – вестибюлів, ресторанів тощо [4].

Дизайн інтер'єру закладів готельно-ресторанного бізнесу повинен відповідати вимогам функціональності, комфорту, екологічності. Дизайн буде залежати від концептуальної спрямованості готелю, його розташування і категорії. На інтер'єр накладають свій відбиток час, стильові риси архітектури, особливості національної життя, соціальна структура суспільства. Крім того, існують ще мережеві стандарти, які в проектній документації обумовлюють навіть такі «дрібниці», як розміщення вивіски на фасаді, відтінок підлоги, відстань між світильниками в холі тощо [2].

В залежності від типу та категорії підприємства готельного господарства або від типу закладу ресторанного господарства впроваджуються різні дизайнерські рішення екстер'єру та інтер'єру. Основана характеристика кожного це відображення задуму, створення комфорту та привабливості для споживачів. Стереотипно вважати, що, наприклад, в хостелах використовують бюджетні

матеріали для оздоблення інтер'єру, а в готелях категорії 4 та 5 – більш натуральні та дороговартісні. Важливим є дотримання єдиного стилю, що гармонійно відображатиме концепцію закладу та підвищуватиме пізнаваність серед споживачів.

Учені Коренець Ю. М. та Клевцов Є. Г. у своєму доробку виокремлюють основні критерії при виборі засобів декоративно-художнього рішення інтер'єру, зокрема:

- архітектурно-художня тема інтер'єру, його загальний задум;
- тип закладу, його спеціалізація;
- особливості потенційного контингенту споживачів [2].

Група науковців Малюта Л., Владимир О., Рудан В. у своїй науковій праці підкреслюють використання місцевих традицій і культурних мотивів у дизайні готельно-ресторанного бізнесу, таких як народне мистецтво та традиційні орнаменти, дозволяє створити унікальну атмосферу, яка приваблює туристів. Співпраця з місцевими митцями та дизайнерами не тільки збагачує процес дизайну, але й сприяє відображенню місцевої культури та історії, що зміцнює зв'язок між гостем та місцевістю. Варто зауважити, що готелі з дизайном місцевих традицій та культурних мотивів здебільшого створюються місцевими громадами для розвитку туристичного потенціалу краю. Такі готелі оформлені у вигляді етно- та екосадиб, які в період пандемії коронавірусу здобули значну популярність серед туристів. Так, етносадиба – це вид готельного комплексу, який відображає місцеву культуру і традиції, нерідко використовуючи традиційний дизайн, матеріали та архітектуру. Вони створюють атмосферу національного колориту і часто пропонують гостям можливість дослідити традиційні звичаї та кулінарію [3].

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Підводячи підсумок цього дослідження, можна зробити висновок, що дизайн архітектури та інтер'єру підприємств готельно-ресторанного господарства є одним з основних факторів, що впливає на формування іміджу закладів. За допомогою дизайнерського рішення заклади індустрії гостинності можуть відображати своє позиціонування на ринку, концепцію, створювати атмосферу комфорту та бути привабливими для споживачів. Імідж підприємств є деякою мірою мистецтвом, що створюється гармонійним поєднанням декількох інструментів.

## Список використаних джерел:

1. Кір'ян О. І. Формування іміджу організації як джерела її стійкості та прибутковості. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15. С. 75-80.
2. Коренець Ю. М., Клевцов Є. Г. Дизайн об'єктів та інтер'єр приміщень закладів готельно-ресторанного бізнесу: навч. посібник. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 162 с.
3. Малюта Л., Владимир О., Рудан В. Інтеграція дизайну в готельно-ресторанний бізнес: ефекти для туризму та розвитку місцевих громад. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 3. С. 307-315.
4. Мендела Є. М. Сучасний дизайн готелю, як запорука успішного бізнесу. *Multidisciplinary academic notes. Science research and practice: The XXIV International Scientific and Practical Conference, June 21 – 24, 2022, Madrid, Spain*. Madrid, 2022. С. 62-64.
5. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 14. С. 63-67.
6. Швець В.В., Мазуркевич І.О., Лук'янець А.В. Архітектура як чинник формування іміджу готельного підприємства. *Сучасні технології, матеріали і конструкції в будівництві*. 2018. № 2. С. 102–106.

**УДК 008:640.41**

**Волинець Олег**

**здобувач освітнього ступеня «магістр»**

**Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ**

**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ СЕРВІСНОЮ**

**ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті досліджено сучасні інноваційні підходи, що використовуються в управлінні сервісною діяльністю туристичних підприємств для підвищення якості обслуговування, задоволення потреб клієнтів і зростання конкурентоспроможності. Проаналізовано ключові технологічні рішення, такі*